

VDLMAG

LE MAGAZINE DES
VÉHICULES DE LOISIRS



Camping-cars mode d'emploi **p. 3**



INTERVIEW
JEAN-PIERRE
JAMMES (LOT)
« GARANTIR
LA QUALITÉ DE
L'ACCUEIL »
p. 9



ZOOM
CAMPING & VDL :
UN TOURISME
DURABLE

p. 14

sommaire

Le billet

UNE INDUSTRIE DYNAMIQUE

Sur les routes, dans les villages ou les grands espaces, les camping-cars font partie du paysage touristique européen. En France, leur nombre est passé de 353 000 en 2013 à plus de 650 000 en 2024. Cette croissance se traduit par une autre façon de voyager, avec un impact économique important.

La France n'est pas seulement un pays d'utilisateurs, c'est aussi une puissance industrielle. Trois groupes — Trigano, Rapido et Pilote — sont des acteurs majeurs du marché européen. Leurs usines, souvent situées en zones rurales, font travailler un vaste réseau en France et en Europe. L'ensemble des industriels français totalise 5,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Plus de 500 points de vente couvrent le territoire, et les grands salons spécialisés attirent chaque année des milliers de visiteurs. Les utilisateurs sont souvent des couples de retraités, propriétaires, avec un bon niveau de vie. Disponibles toute l'année, ils voyagent hors des circuits classiques et dépensent entre 30 et 50 euros par jour, un avantage pour les territoires en quête de dynamisme. Attirées par ces retombées économiques, de nombreuses collectivités développent des infrastructures et des stratégies spécifiques pour séduire ces voyageurs autonomes, transformant ainsi le camping-car en levier de dynamisation des territoires. ■

Le comité de rédaction

03

EXPERTISE
CAMPING-CARS
MODE D'EMPLOI



09

INTERVIEW
JEAN-PIERRE
JAMMES (LOT)
« GARANTIR UN
NIVEAU QUALITATIF
DE L'ACCUEIL »



11

ENQUÊTE
FINANCEMENT :
UN ENJEU DE
CROISSANCE



14

ZOOM
CAMPING & VDL :
UN TOURISME
DURABLE



16

LES ACTUS



18

CHIFFRES-ÉCO
LES ENTREPRISES
FRANÇAISES DES
VÉHICULES DE
LOISIRS



Magazine des entreprises du véhicule de loisirs (UNI-VDL) • 3-5, rue des Cordelières, 75013 Paris - contact@univdl.org • Tél. 01 43 37 86 61

Directeur de la publication : Michel Freiche.

Comité de rédaction : François Feuillet, Patrick Mahé, Antoine Gueret, Benoît Ferreira, Hervé Gautier, Marie Malré.

Conception, réalisation : Denfert Consultants.

Crédits photos : Bavaria, Dirk Dupon / Meuse Attractivité, Louise Marinig, Meuse Attractivité, Pilote, Office de tourisme du Doubs, Siblu, Chausson, Lot Tourisme, Suzanne Alibert / Lot Tourisme, Cathy Seguy / Lot Tourisme, Frankia, CL, Kina Photo / Sites et Paysages, NPS / NEWPHOXSTUDIO/ Sites et Paysages, Salon des véhicules de loisirs, Caravan Salon, Atlantica, SETT, Sénat/Sonia Kerlidou, Rapido.

N° ISSN : 1164-9062

Toute reproduction est interdite sans l'autorisation de l'éditeur.



CAMPING-CARS MODE D'EMPLOI

Qui sont les camping-caristes, leurs attentes, leur rôle dans l'économie locale ? Comment favoriser leur présence ? Autant de questions que se posent des élus locaux désireux de mieux connaître et surtout de mieux accueillir ces touristes itinérants.

Ils font partie du paysage français. En toutes saisons, les camping-cars sillonnent grands axes et petites routes à la recherche des plus beaux lieux où passer la nuit, à l'affût des sites touristiques connus ou plus secrets. Apparus dans les années 1980, les camping-cars se sont progressivement imposés. Aujourd'hui, 660 000 véhicules de ce type sont recensés en France et 2,7 millions en Europe. L'Hexagone est l'une des destinations favorites des touristes itinérants européens, séduits par la qualité des équipements en plus des charmes touristiques du pays.

Le secteur des véhicules de loisirs (VDL) compte d'ailleurs une trentaine d'usines en

France, le plus souvent implantées dans des territoires semi-ruraux (voir p.18). Ce savoir-faire, érigé depuis plusieurs décennies, place aujourd'hui la France parmi les leaders européens de la production de camping-cars, une position incarnée par trois grands groupes : Trigano, Rapido et Pilote. Ils totalisent, avec les autres constructeurs français, 5,6 milliards de chiffre d'affaires.


Un moteur économique


Porté par ces grandes entités françaises, le secteur connaît un véritable dynamisme, dont les retombées économiques se font largement sentir dans les territoires. L'essor du camping-car représente une véritable


opportunité économique pour la France. Ce mode de voyage contribue à l'allongement des saisons touristiques et participe activement à la dynamisation de l'économie locale, y compris dans des zones moins pourvues en infrastructures touristiques. Les camping-caristes sillonnent les routes toute l'année, favorisant ainsi une fréquentation régulière et diversifiée de l'Hexagone. D'après le rapport « Camping-caristes : profil et comportements en 2021 » réalisé par Ipsos pour UNI VDL, les propriétaires de camping-cars dépensent en moyenne 39,30 € par jour, et 22 % d'entre eux consacrent plus de 50 € à leurs dépenses quotidiennes. Lors de leurs haltes, ils privilégient principalement


QU'EST-CE QU'UN CAMPING-CAR ?


Un camping-car est un véhicule automobile comme un autre. À cette différence près qu'il possède un compartiment habitable qui permet aux habitants de dormir, préparer des repas et, dans la majorité des cas, se doucher. Si son PTAC est inférieur à 3,5 tonnes, il se conduit avec un simple permis B. Il est en droit de stationner partout où les voitures le peuvent. Les camping-cars sont répartis en cinq catégories :

 **Les profilés** : ils se caractérisent par des lignes aérodynamiques qui permettent de réduire la consommation.

 **Les capucines** : ils ressemblent à des profilés, mais comportent un lit au-dessus de la cabine de conduite.

 **Les intégraux** : le haut de gamme des camping-cars. Ils comportent généralement une chambre séparée et le salon intègre le poste de conduite d'où un sentiment d'espace.

 **Les fourgons aménagés** : utilitaires aménagés en camping-cars, ils sont appréciés pour leur maniabilité.

 **Les vans aménagés** : ils mesurent généralement moins de 2 mètres de haut et passent partout. En revanche, ils présentent un confort légèrement moindre que les autres camping-cars.

Très appréciés des Français, les camping-cars bénéficient d'une forte visibilité auprès du grand public, notamment au travers du salon des VDL, qui se tient chaque année depuis 1966 à Paris-Le Bourget, mais aussi de nombreux salons et foires régionaux.

les commerces de bouche (87%), les superettes (64 %) ainsi que les cafés et restaurants (46 %), ce qui profite directement aux acteurs économiques locaux.

Bien accueillir les camping-cars

Une contribution à l'économie locale que de nombreux territoires ont bien compris. Ils s'attachent donc à proposer le meilleur accueil aux camping-caristes, et cela depuis longtemps pour certains. Ainsi, dès 2007, le canton de Saint-Savin, qui regroupe 16 communes de Gironde, soit environ 22 000 habitants, a élaboré un réseau d'accueil important et réfléchi selon les besoins des camping-caristes, détaille le Cerema dans une fiche intitulée « Élaborer une politique d'accueil des camping-cars ». Chacune des communes propose une petite aire de stationnement et deux aires de services complétant ainsi le dispositif dans le périmètre du canton. Chaque aire dispose d'un panneau d'information indiquant toutes les aires de services ou de stationnement sur le territoire, les sites touristiques principaux, ainsi que les numéros de téléphone d'urgence et les coordonnées de l'office du tourisme. Coût global de ces aménagements ? Environ

30 000 € pour les poubelles, les panneaux d'information placés sur les aires et la signalisation routière (trois panneaux de signalisation par commune en moyenne), à laquelle s'ajoute la signalétique mise en place par chaque commune.

Plus récemment, la Cornouaille (Bretagne) a travaillé sur un schéma d'accueil des camping-cars pour l'ensemble du territoire. Les objectifs visaient à fluidifier la circulation en direction des sites touristiques et mieux répartir les visiteurs au sein de la Cornouaille ; favoriser les déplacements doux ; mieux gérer le stationnement des sites fréquentés ; réduire les impacts pour les





NOUS AVONS ÉGALEMENT CRÉÉ DES CIRCUITS THÉMATIQUES

Questions à...

Christel Rigolot, Chargée de relations publiques, Meuse Attractivité

Avez-vous une politique spécifique d'accueil des camping-caristes inscrite dans votre stratégie touristique ?

Une stratégie globale en faveur du public de camping-caristes a été élaborée il y a une quinzaine d'années afin de répondre aux souhaits et besoins de cette clientèle spécifique en s'appuyant sur les partenaires touristiques, les collectivités, les usagers. Des magazines spécialisés ont aussi été démarchés pour relayer l'offre touristique du département. La Meuse, au cœur de la région Grand Est, à mi-chemin entre Paris et Strasbourg, est une destination rurale aux paysages changeants et agréables à sillonner. C'est un territoire qui se prête idéalement aux séjours en itinérance.

Avez-vous travaillé sur un schéma de circulation ?

Des circuits thématiques ont été élaborés pour inciter à explorer la destination au départ du Lac de Madine, le plus grand lac de Lorraine dans l'environnement préservé du Parc naturel régional de Lorraine et autour de Bar-le-Duc, ville d'art et d'histoire dotée d'un patrimoine Renaissance parmi les mieux conservés de France.

Comment vos travaux se sont-ils traduits en termes de gestion des flux et de signalisation sur votre territoire ?

Les collectivités ont été accompagnées pour la création d'aires de stationnement et de services pour doter le territoire de façon cohérente de sites adaptés aux besoins des camping-caristes.



Travaillez-vous avec des associations de camping-caristes, des prestataires privés ou d'autres collectivités pour améliorer l'accueil ?

C'était alors le point fort de la démarche tout comme le développement d'un partenariat public-privé qui a permis de bénéficier de conseil d'experts notamment en travaillant avec le concessionnaire CLC.

Comment communiquez-vous auprès des camping-caristes ?

Nous avons référencé des aires de camping-car sur le site web www.lameuse.fr avec l'identification de sites attrayants où passer la nuit tels que la Boîte à madeleines, la fabrique des Dragées Braquier. Nous avons également créé des circuits thématiques de la mémoire vivante aux rencontres d'un terroir authentique et gourmand en passant par des sites comme Vent des Forêts où l'art contemporain se découvre sur les sentiers à ciel ouvert.

Nous accueillons aussi en reportage des supports spécialisés qui valorisent l'exploration à vélo ou à pied autour du lieu de stationnement que ce soit le long de la Meuse et de son itinéraire EV19, autour de la Citadelle de Montmédy ou dans les forêts d'Argonne... L'itinérance en van et en véhicule équipé de tente de toit est également encouragée et Meuse Attractivité s'est rendu au festival international de la tente de toit organisé au Lac de Madine du 12 au 14 septembre 2025 avec une offre dédiée.

Comment évaluez-vous la fréquentation et la satisfaction des camping-caristes sur votre territoire ?

Les offices de tourisme du territoire au contact direct des visiteurs ainsi que l'enquête clients durant la saison 2025 permettront, d'ici la fin de l'année, d'évaluer la présence des camping-caristes et la satisfaction de l'expérience de séjour.



DES AIDES AU FINANCEMENT DES AIRES D'ACCUEIL ET / OU DE SERVICES

De nombreuses aides existent pour la création ou la rénovation d'aires de services ou de stationnement à destination des camping-caristes. Elles peuvent venir de la Région, d'un département ou d'une communauté de communes. Il est parfois difficile pour les élus de connaître les possibilités en la matière. Pour les éclairer, le Comité de liaison des camping-cars (CLC) a élaboré à l'attention des collectivités locales un « Guide des aides et

subventions accordées aux communes et aux EPCI pour la création, la rénovation ou la mise aux normes des aires de camping-cars ». Un document précieux pour mieux connaître les possibilités de financement dédiées à l'accueil des camping-cars !

Retrouvez ce guide sur :

www.univdl.com/guide-des-subventions/



Aire de camping-cars du lac Saint-Point dans le Doubs.



sites sensibles et, plus globalement, mieux accueillir les visiteurs camping-caristes. Une approche qui a permis de créer une typologie d'aires de stationnement et/ou de services, d'identifier des sites « stratégiques » ou encore d'accompagner très concrètement les communes dans la création d'aires de camping-cars.

Dans son schéma communautaire de développement touristique 2021-2026, la

communauté de communes du Pays des Abers (Finistère) a souhaité améliorer l'accueil et la gestion des touristes. Le tourisme est une filière économique très importante puisqu'il génère 60 millions d'euros de chiffres d'affaires. La collectivité a donc ambitionné de mieux accompagner le fort développement touristique, notamment en travaillant sur l'attractivité des territoires ruraux et péri-urbain pour soulager la partie littorale, en mettant en avant le patrimoine (culturel, patrimonial, les savoir-faire) et enfin en développant une offre de services de qualité. En parallèle, une stratégie marketing favorisant une fréquentation aux quatre saisons a été mise en place. Les camping-caristes sont très présents en Pays Abers : 29 000 séjours, pour 300 000 nuitées touristiques ; 4,7 jours de présence en moyenne ; et 55 euros de dépense moyenne par jour et par personne en 2016 (étude « Reflets 2016 »).

Du côté de l'agglomération d'Aurillac, une étude a été réalisée en partenariat avec le cabinet Atelier Site-Architecture afin de créer un maillage d'aires d'accueil efficace et pertinent pour mieux répondre aux attentes des camping-caristes. « L'idée de ce schéma d'accueil est de désengorger la diagonale touristique qui va de Mandailles-Saint-Julien, au pied du Puy Mary, jusqu'au barrage du Puech des Ouilhes. L'été une navette circule matin, midi et soir afin d'éviter la sur-affluence des

voitures et camping-cars sur ces sites. En saison, par exemple, les camping-cars ne peuvent plus monter au sommet du Puy Mary. L'idée est de stationner en bas et d'utiliser ensuite les navettes. » Une étude aujourd'hui entre les mains des élus qui doivent arbitrer les propositions formulées pour garantir une meilleure circulation et un meilleur accueil pour tous les touristes.

Renforcer l'attractivité

En matière d'accueil des camping-caristes, l'information ne manque pas : de nombreuses ressources sont à leur disposition pour organiser leurs itinéraires et repérer les lieux propices aux haltes. Des guides spécialisés comme *Les Plus Beaux Détours de France*, le réseau d'accueil à la ferme France Passion, les publications Michelin, Petit futé, ou encore la presse spécialisée, proposent une multitude de suggestions, d'aires référencées et de circuits adaptés aux camping-cars.

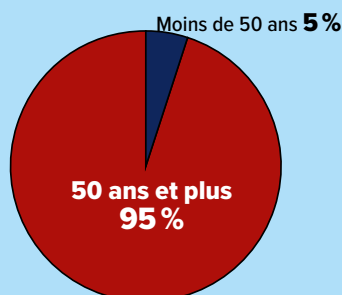
À cela s'ajoutent les supports fournis par les offices de tourisme – cartes, brochures, sites internet – qui permettent de valoriser les services et les points d'intérêt locaux. C'est également sur les réseaux sociaux et les plateformes collaboratives que ces voyageurs connectés échangent le plus. Les groupes Facebook, forums, blogs et applications de géolocalisation jouent un rôle clé dans la

STATIONNER, OUI ; DORMIR, AUSSI !

Trois codes réglementent la circulation et le stationnement des camping-cars. Le Code de la route (articles R. 417-1 et suivants, en particulier l'article R. 417-12, pour le stationnement sur la voie publique), le Code général des collectivités territoriales (articles L. 2212-2, 1°, L. 2213-2 et L. 2213-4) et le Code de l'urbanisme pour le stationnement sur le domaine privé. En matière de stationnement sur la voie publique, la règle est claire. Les camping-cars peuvent stationner de jour comme de nuit pour une durée maximale de sept jours partout où les voitures le peuvent. Des interdictions spécifiques peuvent exister, à condition qu'elles soient justifiées et limitées dans le temps. Les interdictions générales de stationnement visant uniquement les camping-cars sont donc illégales. Seule interdiction, ils ne peuvent camper là où c'est interdit : mettre des cales, sortir tables et chaises ou déployer un auvent seront alors passibles d'une amende.

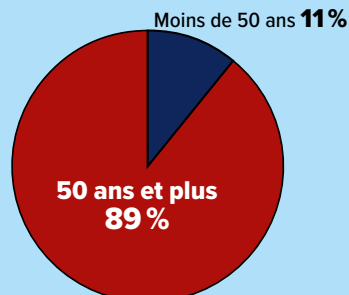
QUI SONT LES CAMPING-CARISTES ?

Âge des propriétaires de camping-cars neufs



Entre 18 et 49 ans	5 %
Entre 50 et 54 ans	6 %
Entre 55 et 59 ans	10 %
Entre 60 et 64 ans	23 %
65 ans et plus	56 %

Âge des propriétaires de vans neufs

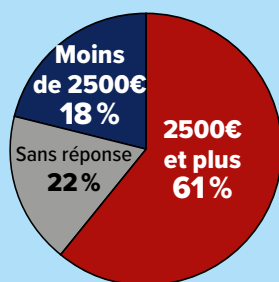


Entre 18 et 49 ans	11 %
Entre 50 et 54 ans	7 %
Entre 55 et 59 ans	11 %
Entre 60 et 64 ans	23 %
65 ans et plus	49 %

Quelle est la situation maritale des usagers (en %) ?

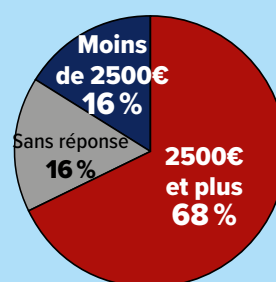
	Propriétaires de camping-cars neuf	Propriétaires de vans neufs
Marié(e) ou vit en couple	94	90
Divorcé(e) / Séparé(e)	2	5
Célibataire	1	2
Veuf(ve)	2	2

Revenus nets des propriétaires de camping-cars neufs



Moins de 1 500 €	1 %
De 1 500 à 2 000 €	7 %
De 2 000 à 2 500 €	10 %
De 2 500 à 3 000 €	16 %
De 3 000 à 3 500 €	16 %
Plus de 3 500 €	29 %
Ne sait pas	2 %
Refus de répondre	20 %

Revenus nets des propriétaires de vans neufs



Moins de 1 500 €	2 %
De 1 500 à 2 000 €	6 %
De 2 000 à 2 500 €	9 %
De 2 500 à 3 000 €	15 %
De 3 000 à 3 500 €	16 %
Plus de 3 500 €	37 %
Ne sait pas	1 %
Refus de répondre	15 %

Les régions préférées des propriétaires de camping-cars, vans et fourgons neufs

Bretagne	52 %
Auvergne - Rhône Alpes	27 %
Aquitaine / Limousin / Poitou-Charentes	26 %
Languedoc-Roussillon / Midi-Pyrénées	22 %
Provence-Alpes-Côte d'Azur	20 %
Alsace / Champagne-Ardenne / Lorraine	14 %
Normandie	11 %
Pays de la Loire	13 %
Bourgogne – France Comté	8 %
Nord / Pas-de-Calais / Picardie / Hauts-de-France	6 %
Centre Val de Loire	6 %

Dépenses quotidiennes des camping-caristes

Groupe	Plus de 70 €	De 50 à 70 €	De 30 à 50 €	Moins de 30 €	Sans réponse
Camping-car neuf	6 %	16 %	49 %	26 %	3 %
Van neuf	5 %	17 %	46 %	30 %	3 %
Total neuf	6 %	16 %	48 %	27 %	3 %

83 % des camping-cars neufs sont achetés pour remplacer un autre ; c'est 56 % pour les vans neufs.

diffusion de ces « bonnes adresses ». Ce bouche-à-oreille numérique, alimenté par les retours d'expérience et les recommandations entre camping-caristes, se révèle d'une efficacité redoutable : une aire bien accueillante ou un village commerçant peut rapidement gagner en visibilité et devenir une halte incontournable. Dans ce contexte, les collectivités ont tout intérêt à soigner leur communication, tant sur leurs supports traditionnels que numériques. Une signalétique claire, une présence active sur les réseaux, des partenariats avec la presse et les guides spécialisés, ainsi qu'une stratégie de communication alignée avec les attentes des camping-caristes sont autant d'actions susceptibles de renforcer l'attractivité du territoire. 🚐

RETROUVEZ L'INTÉGRALITÉ DE CET ARTICLE
SUR www.univdl.com ➡



Le cap des 6 millions des VDL est dépassé en Europe !

Le tourisme en véhicules de loisirs (VDL) est en forte augmentation depuis plusieurs années. Cela renvoie à une tendance de fond, une *méga trend*, qui n'est pas prête à se tarir. Cela est porté par les valeurs de liberté (partir quand on veut, où on veut, sans contrainte), mais également par l'aspect économique de ce mode de transport qui est aussi un mode de vacances à part entière. Par ailleurs la France est l'un des pays les plus attractifs pour les camping-caristes ou caravaniers européens. Ce sont des touristes qui viennent toute l'année, et qui soutiennent le commerce local. Les élus doivent donc favoriser leur bon accueil, à l'image du département du Lot (voir p.9).

Un parc en constante augmentation

En 2020, le parc européen de véhicules de loisirs était estimé selon l'ECF (*Européan Caravan Federation*) à 5 898 000 unités, se répartissant entre 3 470 000 caravanes et 2 428 000 camping-cars et vans. L'Allemagne figurait déjà comme le premier marché avec près d'1,4 million de VDL devant la France à près d'1,1 million de caravanes et camping-cars sur son sol. La Grande-Bretagne prenait la troisième place sur ce podium avec 806 000 VDL dont plus de 550 000 caravanes. Cinq ans plus tard, on observe un essor significatif du segment camping-cars et vans, le parc roulant européen passant à 2 758 000 véhicules tandis que du côté de la caravane, l'impact sur la baisse des ventes du matériel neuf se fait ressentir avec un parc qui passe à environ 3 236 000 unités. Fin 2024, sur les 6 millions de caravanes et de camping-cars immatriculés en Europe, près de la moitié (48,6 %) le sont en Allemagne et en France.

Les camping-cars et vans en Europe

Pays	2024	2013
Allemagne	908 000	450 000
France	650 000	353 000
Grande-Bretagne	302 000	174 000
Italie	265 000	204 400
Suède	121 000	65 000
Pays-Bas	175 000	81 000
Espagne	102 000	30 000
Suisse	83 000	33 600
Belgique	85 000	42 000
Finlande	67 000	47 900

Les caravanes en Europe

Pays	2024	2013
Allemagne	795 000	880 000
Grande-Bretagne	595 000	525 000
France	565 000	844 000
Pays-Bas	450 000	470 000
Suède	293 000	279 000
Espagne	235 000	330 000
Norvège	122 000	80 000
Finlande	69 000	67 400
Italie	67 000	
Belgique	45 000	65 000



JEAN-PIERRE JAMMES,
VICE-PRÉSIDENT DU DÉPARTEMENT DU LOT
EN CHARGE DU TOURISME ET DU SPORT ET
PRÉSIDENT DE LOT TOURISME

« GARANTIR UN NIVEAU QUALITATIF DE L'ACCUEIL »

Comment s'inscrit l'accueil des camping-cars dans votre stratégie touristique ?

Le Lot est un département rural qui dispose d'un cadre naturel de grande qualité et d'un patrimoine très riche réparti sur tout le territoire. Celui-ci est donc particulièrement adapté à l'itinérance que nous cherchons à développer sous toutes ses formes avec un objectif de qualité de l'accueil. L'offre d'accueil des camping-caristes entre donc pleinement dans cet axe stratégique sur l'itinérance. Notre objectif est également de développer la fréquentation durant les ailes

de saison et, à ce titre, le camping-car est un axe de développement cohérent. Pour agir, nous nous appuyons sur deux leviers opérationnels principaux qui sont :

- Un accompagnement des collectivités vers l'amélioration qualitative de leur offre.
- Une information et une promotion ciblée visant à valoriser l'offre associée au territoire.

Quelle est l'offre d'accueil des camping-cars dans le Lot ?

Nous disposons d'un maillage assez dense et diversifié d'aires d'accueil : 27 % des communes du Lot (soit 86 communes) disposent

d'au moins un équipement d'accueil ce qui est au-dessus de la moyenne nationale (7 % selon la Fédération des campeurs, caravaniers et camping-caristes). Au total nous comptabilisons 110 aires d'accueil en 2024 pour 1 166 emplacements estimés. Plus d'un tiers de ces équipements (40 % des emplacements) sont proposés par des collectivités. L'accueil à la ferme, au domaine viticole est aussi particulièrement développé (33 % des sites) ce qui est logique car la dimension agricole et oenotouristique est très présente dans le territoire. Enfin les aires aménagées dans un camping représentent 18 % de l'offre, en majorité dans les campings municipaux (13 %) et moins présente dans les campings privés (5 %).

Quelles sont les spécificités de votre politique d'accompagnement du tourisme en camping-car dans le Lot ?

Notre stratégie a deux objectifs principaux :

- Concilier l'offre publique proposée par les communes et l'offre marchande présente notamment dans les établissements d'hôtellerie de plein air, car il est essentiel que ces deux offres soient bien complémentaires.
- Garantir un niveau qualitatif de l'accueil qui permette une bonne expérience pour les camping-caristes accueillis.

Pour cela, nous menons une action de sensibilisation auprès des collectivités. En 2024, Lot Tourisme a réalisé une étude assez complète sur les aspects réglementaires et la typologie de clientèles en lien avec celle de l'offre. Ce travail est partagé avec les communes et les intercommunalités pour les guider dans leurs choix d'aménagement et de



Paysage autour
d'Espagnac-Sainte-Eulalie.

« Le Lot est particulièrement adapté à l'itinérance que nous cherchons à développer. »

gestion. La démarche est très bien accueillie, nous avons clairement ressenti un besoin d'information et d'expertise.

Cette étude vous a permis d'identifier quatre typologies d'aires d'accueil. Quelles en sont les principales caractéristiques ?

Il était effectivement important de préciser que les camping-caristes, en fonction du contexte de leur voyage ou de leurs besoins, peuvent avoir des usages très différents. Cette approche a permis d'identifier quatre types d'usages :

Le Stop & GO : une halte brève sur un trajet ou un circuit proposant un stationnement élémentaire et la possibilité de ravitaillement et de vidange.

La Dégustation : halte conviviale à la ferme ou au domaine viticole à la rencontre des producteurs.

La Découverte : halte permettant la découverte d'un site, d'une ville ou d'un village touristique.

La Camp de Base : halte prolongée permettant de rayonner durant plusieurs jours à la découverte des environs.

Cette approche est essentielle car elle conditionne les choix d'aménagement et de

« L'accueil à la ferme, au domaine viticole, est aussi particulièrement développé (33 % des sites) ce qui est logique car la dimension agricole et oenotouristique est très présente. »

services à proposer. L'enjeu est d'abord de bien positionner chaque halte et de la concevoir en conséquence pour répondre au plus près du besoin.

Quels leviers opérationnels avez-vous identifiés pour mettre en place une organisation partagée de l'offre à l'échelle départementale ?

La sensibilisation des collectivités locales étant menée au niveau départemental par Lot Tourisme, cela garantit déjà que ces collectivités partagent la même information. L'étude a aussi été présentée à l'association départementale des campings du Lot. Au-delà, l'enjeu est de partager une même approche d'exigence qualitative avec un objectif de garantir la meilleure expérience client possible.

Dans le domaine de la communication, nous avons aussi partagé ce travail avec les offices

de tourisme et validé les orientations marketing. La présentation de l'offre d'accueil des camping-car sera totalement partagée car nous utilisons un Système d'Information Touristique (SIT) commun. Ceci va garantir la cohérence de l'information et de la promotion de notre offre d'accueil sur l'ensemble du territoire lotois.

Qu'avez-vous mis en place pour améliorer la communication spécifique à ce type de tourisme ?

Nous appliquons un marketing très ciblé. Depuis plusieurs années, Lot Tourisme mène un travail de promotion avec la presse spécialisée. Durant les prochaines années nous allons mener un travail important sur l'éditorialisation de l'offre. La présentation de l'offre des aires d'accueil est souvent encore très basique et nous considérons qu'un véritable travail sur les contenus sera porteur. 🚗

Un apport significatif pour l'économie touristique départementale

En 2023, les camping-caristes ont représenté **177 000 nuitées** du Lot. Les dépenses des camping-caristes sont évaluées à **8,1 millions d'euros** en 2023.

Vue sur le Château de Castelnau-Bretenoux, dans la ville de Prudhomat.



FINANCEMENT DES VDL : UN ENJEU DE CROISSANCE

La dynamique du marché des véhicules de loisirs est intimement liée aux possibilités de financements offertes aux acquéreurs. Très présentes dans les concessions, les sociétés de financement considèrent les acheteurs comme des profils peu risqués.



Les acheteurs de véhicules de loisirs (VDL) ont un profil très intéressant en matière de crédit. Ce sont majoritairement des retraités, qui n'ont donc pas de risque de perte d'emploi, ayant bien souvent terminé de payer leur résidence principale, et arrivant souvent à un âge où ils héritent ou ont hérité. De plus, la valeur des VDL reste largement supérieure à ce qu'il reste à payer comme crédit. Revendre un camping-car, un mobil-home ou une caravane permet généralement de récupérer une somme conséquente. Le marché de l'occasion est en effet très actif, et ces véhicules conservent une valeur résiduelle élevée,

même après plusieurs années d'utilisation. Pour acheter leur VDL, cette clientèle n'hésite pas à recourir au crédit pour financer leur projet. « La grande majorité des clients acheteurs de camping-cars ou de mobil-homes ont un profil très favorable, remarque Sophie Moulin, directrice générale déléguée de Crédit Agricole Auto Bank France. Cet achat est souvent le fruit d'une réflexion de plusieurs années, avec un projet très élaboré, notamment sur le plan du budget pour les primo-accédants. Dans le cas des clients renouvelants, leur expérience leur permet d'appréhender de manière très précise leur capacité budgétaire et ainsi de cibler la catégorie de véhicules

pour laquelle ils pourront opter. Enfin, et même si les actifs se font de plus en plus nombreux pour le marché des véhicules de loisirs, la grande majorité des clients sont aujourd'hui retraités, et disposent donc d'un pouvoir d'achat plus important. »

L'extension de garantie favorable à l'emprunt

Des conditions optimales qui ne suffisent pas pour autant à expliquer leur volonté d'emprunter puisque l'on peut imaginer que nombre d'entre eux ont une épargne suffisante pour payer leur achat. Pourtant, plusieurs raisons expliquent l'importance de recourir à l'emprunt. « Les acheteurs de camping-cars font appel à des financements extérieurs pour différentes raisons, explique Christophe Michaeli, responsable de la mobilité pour BNP Paribas Personal Finance en France. La

« Les clients sont très attachés au fait d'être propriétaires. »

première est qu'il s'agit d'un achat significatif, d'un montant important, et ils n'ont pas forcément envie d'utiliser leur épargne pour l'acheter. Même s'ils ont un niveau d'épargne assez élevé ils préfèrent ne pas y toucher et la réserver en cas de coup dur, que ce soit pour eux ou pour leurs enfants ou petits-enfants. Par ailleurs c'est une population qui est sensible aux protections associées au financement et notamment à l'extension de garantie. Beaucoup empruntent pour en bénéficier durant toute la durée du crédit. Cela traduit le besoin des acheteurs de camping-cars d'être rassurés et d'éviter les mauvaises surprises. » Un besoin de réassurance que confirme Sophie Moulin : « Les clients recherchent un financement adapté à la particularité de ces achats qui s'apparentent en partie à un investissement immobilier ; les durées proposées (jusqu'à 156 mois) et les prestations spécifiques (comme l'extension de garantie pour le camping-car) répondent aux besoins particuliers de ces types d'achats ».

Des crédits classiques

Des financements qui en grande majorité sont octroyés sous forme de crédits classiques avec, depuis quelques années, l'apparition de locations avec option d'achat (LOA), notamment lors de l'achat de vans ou de fourgons par des primo-accédants. Enfin, parallèlement à des achats de véhicules à des fins professionnelles de plus en plus fréquents, la solution du crédit-bail a fait son

Des mobil-homes à crédit

Sur son site internet, le groupe Siblu, qui compte 43 campings pour propriétaires de mobil-homes en Europe, dont 28 en France, met en avant les possibilités de financement pour l'achat de mobil-homes. Il propose des modèles d'occasion entre 14 500 et 70 000 euros et du neuf entre 34 000 et 85 000 euros. Étant donné son caractère « mobile », c'est un crédit à la consommation qui est proposé et non un crédit immobilier. « Nous sommes partenaires agréés de plusieurs sociétés de financement qui sont toutes des filiales de grands groupes bancaires » Dans le but d'apporter un service complet, Siblu se charge du dossier de financement dans sa globalité : de l'accompagnement dans le choix du mobil-home et de l'emplacement,

en passant par la constitution de la demande de crédit auprès des organismes de financement. Résidences Trigano s'occupe également pour ses clients du financement et de son accompagnement. « Résidences Trigano vous accompagne dans votre recherche de financement et vous met en relation avec ses partenaires spécialisés. Ils vous proposeront des solutions personnalisées pour financer et protéger votre mobil-home », détaille le groupe. Afin de s'adapter à la capacité de remboursement et être au plus près des besoins de sa clientèle, les partenaires financiers du groupe effectuent systématiquement une simulation de prêt "mobil-home". Une façon rapide et concrète pour visualiser le montant mensuel à rembourser.

apparition. Pour autant ces nouvelles formes de financement restent relativement marginales. « La LOA reste très minoritaire mais cela existe, remarque Christophe Michaeli. On pourrait imaginer de nouvelles formules totalement disruptives avec par exemple des formules d'abonnement, mais pour le moment cela ne répond pas aux attentes des clients. Ils sont très attachés au fait d'être propriétaires. » Des attentes scrutées de près par les sociétés de financement pour lesquelles le marché des véhicules de loisirs

est essentiel. « Nous sommes très présents dans les concessions et disposons d'une expertise notable, conclut Christophe Michaeli. Les véhicules de loisirs sont des marchés importants pour nous. Le financement c'est vraiment le moteur des ventes de camping-cars. C'est un véritable levier pour la croissance du marché. » 🚐

RETROUVEZ TOUTES LES INTERVIEWS SUR
www.univdl.com



LE RISQUE D'IMPAYÉS EST FAIBLE

Interview de Patrick Sanz,

président de la Dica (Fédération nationale des distributeurs de véhicules de loisirs)

Les camping-caristes obtiennent souvent facilement un financement pour acheter leur camping-car ou leur van, pourquoi ?

Les acquéreurs de camping-cars appartiennent à une population établie socialement et financièrement, d'une moyenne d'âge le plus souvent supérieure à la cinquantaine, qui ne suscite aucune inquiétude quant à sa capacité à respecter ses engagements et assurer le paiement des échéances jusqu'à la fin du crédit. Le risque d'impayés est donc faible pour les sociétés de financement qui apprécient cette clientèle.

Les distributeurs proposent des financements dans leurs concessions.

Pourquoi apporter ce service ?

Les distributeurs sont convaincus de l'intérêt d'accompagner leurs clients dans le financement de leurs acquisitions. Cette activité permet de faciliter les négociations. Les plus gros distributeurs disposent de personnels spécialement affectés, chargés du financement. Ces conseillers apportent une information complète aux acquéreurs, tant sur le plan de la durée des financements, que sur les garanties spécifiques qui les accompagnent (garanties mécaniques et cellule, perte financière).

Quelles sont les principales options de financement pour l'achat d'un véhicule neuf ?

Compte tenu des montants financés, ce sont surtout des crédits classiques,



avec des remboursements qui peuvent s'étaler jusqu'à 180 mois – la moyenne se situant à 120 mois –, ce qui permet de conserver un montant résiduel au fil des échéances en corrélation avec la valeur de revente du véhicule. Il existe parallèlement la location avec option d'achat (LOA) qui, à l'instar du secteur automobile séduit un public désireux de changer régulièrement leur camping-car, et dont la valeur de revente à date est fixée préalablement.

Quel pourcentage des ventes de camping-cars est aujourd'hui réalisé avec un financement ?

Le financement permet un nombre important de ventes pour les camping-cars neufs ou d'occasion. On l'estime à 65 % en chiffre d'affaires (voir tableau ci-dessous).

La Dica propose-t-elle des conseils ou des outils à ses adhérents en la matière ?

Le financement sur le lieu de vente est souvent source de litiges. C'est pourquoi la Dica assiste ses adhérents et les invite au respect des procédures. Cela concerne l'offre de financement, son suivi, mais également le respect du droit de rétractation, souvent mal compris. Les sources de mésentente la plupart du temps sont dues à des négligences ou un manque de rigueur dans la rédaction des contrats, même si la numérisation prend de plus en plus le pas sur l'enregistrement manuscrit des dossiers. Notre Fédération s'emploie à former les vendeurs et secrétaires commerciales afin d'éviter toute déconvenue. 🚐

Le financement des véhicules neufs

Mode de paiement	Camping-car neuf (%)	Van ou fourgon neuf (%)
Au comptant	35	50
A acheté le véhicule à crédit tout ou partie	65	50
Vous avez payé une partie au comptant et payé le reste à crédit	53	41
Vous avez payé l'intégralité du prix du camping-car à crédit	12	9

Source : rapport d'Ipsos pour UNI VDL « Camping-caristes : profil et comportements en 2021 »

QUESTION À...

SOPHIE MOULIN,

directrice générale déléguée de Crédit Agricole Auto Bank France

Quel est le profil des acheteurs ayant recours au financement ?

« L'âge moyen des clients est de 59 ans à la souscription, et 45 % d'entre eux sont retraités ; 80 % des acheteurs sont mariés. La durée moyenne du financement à la souscription est de 136 mois, et le montant moyen emprunté est de 35 000 €. 76 % des souscripteurs sont propriétaires de leur résidence principale. »

CAMPING ET VDL : UN TOURISME DURABLE

Peu émetteurs de CO₂ et économes en ressources, les camping-cars et caravanes incarnent une forme de tourisme respectueuse de l'environnement. Un engagement renforcé par le mobil-home, emblème d'un secteur du camping particulièrement attentif à la préservation de la nature.

A l'heure où le développement durable est au cœur des préoccupations, les véhicules de loisirs (VDL) font figure de bons élèves.

Séjours en camping-cars, mobil-homes et autres caravanes sont en effet des modes de vacances vertueux, favorisant les mobilités douces et les économies d'eau et d'électricité. L'étude du cabinet Gingko pour UNI VDL en 2021 analyse le cycle de vie de neuf offres de vacances que sont : rester chez soi ; un séjour en mobil-home + train ; en camping-car ; en maison secondaire + voiture ; en hôtel en France + voiture et + train ; en gîte + voiture ; en croisière + voiture ; et en hôtel à l'étranger + avion.

Il ressort que les camping-cars se placent en seconde position derrière les mobil-homes pour ce qui concerne l'épuisement des ressources fossiles, au second rang pour la performance carbone et en troisième place pour leur impact sur le changement climatique.

Le camping, un secteur engagé

Par ailleurs, une récente étude de l'Ademe¹ précise qu'une nuit en résidence secondaire correspond à 7 kg CO₂e², une nuit à l'hôtel à 5,3 kg CO₂e, une nuit en location à 5,2 kg CO₂e et une nuit en camping à 1,4 kg CO₂e. Il est vrai que le secteur de l'hôtellerie de plein air est pleinement engagé, depuis plusieurs années, dans une démarche qui met le développement durable au cœur de son activité. « Conscient des attentes de leurs clients en matière de transition écologique,



« Mobil-homes, caravanes et camping-cars, tant dans leur conception que dans leur usage sont des moyens d'hébergements vertueux pour la planète. »

les campings ont à cœur de moderniser et adapter leurs installations pour qu'ils soient plus vertueux, et de préserver la nature environnante de leurs établissements, critère de choix important pour les vacanciers au moment de réserver leurs séjours », explique la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA). Les campings ont pris le virage de la transition énergétique et participent à la production d'énergie en leur sein. À ce titre, la FNHPA a noué un partenariat avec le syndicat Enerplan pour mieux s'appuyer sur l'énergie solaire renouvelable. Il s'agit d'accélérer l'installation de panneaux solaires thermiques pour chauffer l'eau des piscines et des espaces sanitaires, avec le soutien de l'Ademe et de la Direction générale de l'énergie et du climat. L'objectif consiste aussi à multiplier les installations photovoltaïques pour alimenter électriquement les équipements des campings et

anticiper les besoins de recharge des véhicules électriques des clients.

De plus, la FNHPA a également travaillé sur la gestion des déchets et publié un guide « zéro déchet » pour accompagner les professionnels dans la mise en place de bonnes pratiques : biodéchets, achats groupés, incitations pour faire évoluer le comportement des clients, etc. S'ajoutent, depuis longtemps, un accent mis sur l'intégration paysagère des mobil-homes et des équipements ou encore la plantation d'espèces locales, peu gourmandes en eau.

Des constructeurs soucieux d'environnement

Au-delà de faibles émissions de CO₂e, les VDL s'inscrivent pleinement dans le développement durable puisqu'ils favorisent l'économie locale. Un camping-cariste dépense en moyenne 39 euros par jour dans les



commerces locaux, et ces touristes valorisent le patrimoine culturel et patrimonial. Ils sont curieux et friands de visites et de découvertes des trésors architecturaux ou gastronomiques du lieu où ils séjournent. Diverses études montrent que les camping-caristes partent en dehors de période à forte pression touristique, qu'ils voyagent principalement en France et sur des courtes distances. Mobil-homes, caravanes et camping-cars, tant dans leur conception que dans leur implantation ou dans leur usage, sont donc clairement des moyens d'hébergements vertueux pour la planète. Et ce d'autant que les constructeurs de véhicules de loisirs s'attachent en permanence à améliorer les performances écologiques de leurs produits.

Depuis longtemps, les panneaux solaires ont rejoint les toits des camping-cars ; les intérieurs des VDL ont été équipés de mousseurs et autres systèmes permettant de limiter la consommation d'eau. Nombre de fabricants font la part belle aux matériaux recyclables et privilégient une politique d'achat locale. Ils sont aussi très à l'écoute des nouveautés qui ne cessent d'apparaître sur le marché. Chaque année, des entreprises proposent en effet des produits destinés à favoriser les économies, tant en ce qui concerne l'énergie

IMPACT DU TOURISME SUR L'ENVIRONNEMENT

« Depuis plus de 30 ans, la France est la première destination touristique mondiale avec près de 90 millions de touristes internationaux. Le tourisme est un véritable secteur clé pour l'économie française : hors période de crise, la consommation touristique représente environ 8 % du PIB et 2 millions d'emplois (soit 7,8 % des emplois salariés). Cependant, responsable de 11 % des émissions nationales de gaz à effet de serre (principalement en raison du transport, de l'hébergement et de la restauration), de pressions sur les ressources naturelles (jusqu'à une multiplication par trois de la consommation annuelle d'eau et par quatre de la consommation annuelle d'énergie pour les territoires fortement touristiques) et de production de déchets (+ 27 % par rapport à la moyenne nationale), le secteur du tourisme doit également abaisser ses impacts et fonder son attractivité sur une offre renouvelée, comme l'illustre l'essor de la demande pour un tourisme plus local ou plus durable. »

Source : communiqué de presse Ademe, « Tourisme : l'Ademe accompagne le secteur dans sa transformation et transition écologique », 01/2023.

que les ressources. On en prendra pour exemple Mygreenvow qui propose aux campings un système de recyclage des eaux grises des mobil-homes pour les utiliser dans les toilettes. Lors du dernier salon du SETT, diverses initiatives en lien avec l'écologie ont été récompensées par un Sett d'Or. C'est le cas, par exemple, de Gecko, un chauffe-eau proposé par Quantia permettant de récupérer instantanément la chaleur de l'eau des douches pour réchauffer l'eau propre. Primé également, EcoludiK (2YL), un petit écran

permettant, grâce à des smileys de couleur, aux occupants d'un mobil-home de mieux réguler leur consommation d'eau et d'électricité. Des initiatives parmi d'autres qui témoignent de l'implication de l'ensemble des acteurs de la filière des véhicules de loisirs dans le développement d'un tourisme plus durable. 🚐

1. <https://agirpourlatransition.ademe.fr/particuliers/conso/vacances/trouver-hebergement-vacances>

2. Les équivalents de dioxyde de carbone (CO₂e) sont une unité de mesure visant à uniformiser l'effet climatique des différents gaz à effet de serre.



SALONS

LES VDL DE RETOUR AU BOURGET

Déplacé à Villepinte durant deux éditions, le salon des véhicules de loisirs (VDL) retrouve son site historique de Paris-Le Bourget et des halls entièrement revisités, de plus de 70 000 m². Cette 59^e édition se déroule du 27 septembre au 5 octobre où sont attendus environ 100 000 visiteurs, néophytes ou camping-caristes confirmés impatients de découvrir les nouvelles tendances 2025, du van compact au camping-car familial, sans oublier la caravane et les accessoires.



DÜSSELDORF CÉLÈBRE LES VDL AU CARAVAN SALON

Le *Caravan Salon* 2025 s'est tenu à Düsseldorf du 29 août au 7 septembre, rassemblant plus de 750 exposants et des milliers de passionnés de véhicules de loisirs. Véritable référence mondiale du secteur, le salon a dévoilé les dernières innovations en matière de camping-cars, vans et accessoires. Avec près de 269 000 visiteurs, l'édition confirme l'engouement croissant pour le tourisme itinérant.

HÔTELLERIE DE PLEIN AIR (HPA) : LES RENDEZ-VOUS DE L'AUTOMNE

Du 7 au 9 octobre, se tiendra le *salon Atlantica*, à Niort. Cette manifestation est importante puisqu'elle accueillera notamment le Congrès national de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA) ainsi qu'un nouveau Trophée organisé sur le thème de la gestion de l'eau et des innovations permettant des économies significatives et une gestion plus responsable de l'eau dans les campings.



De son côté, le *salon européen des tendances touristiques (SETT)* se déroulera à Montpellier du 4 au 6 novembre. Il réunira plus de 700 exposants professionnels de l'hôtellerie de plein air sur un site d'exposition de 60 000 m² où sont attendus environ 19 000 visiteurs. Le thème central de cette 46^e édition sera l'intelligence artificielle et ses applications concrètes dans l'univers du camping.





Michel Canévet, élu du Finistère, lors des questions d'actualité au gouvernement le 7 mai dernier.

STATIONNEMENT QUAND UN SÉNATEUR INTERPELLE LE GOUVERNEMENT

Le 18 juillet 2025, le ministre délégué auprès de la ministre du partenariat avec les territoires et de la décentralisation, Françoise Gatel, a répondu au sénateur Michel Canévet, élu du Finistère qui l'interpellait en octobre dernier à propos des interdictions de stationnement imposées par certaines communes aux camping-cars*. Cette réponse ministérielle confirme les contours juridiques qui entourent les interdictions de stationnement visant expressément les camping-cars et peut ainsi servir de véritable piqure de rappel à destination de certaines communes. En effet, si les maires disposent de leviers pour réguler l'accès à certaines zones, toute restriction doit reposer sur des justifications précises, proportionnées et motivées. Le stationnement des camping-cars ne peut être interdit de manière systématique ou arbitraire. « *En tant que véhicules automobiles, les camping-cars ne sauraient être privés du droit de stationner sur le domaine public, dès lors que leur arrêt ou leur stationnement n'est ni dangereux, ni gênant ni abusif (articles R. 417-9 à R. 417-13 du code de la route)* », a précisé le Ministère. Les mesures réglementant la circulation et le stationnement doivent en outre respecter le principe général du droit selon lequel une mesure de police ne peut avoir une portée générale et absolue, et doit être proportionnée à la menace de trouble à l'ordre public. Pour le sénateur centriste Michel Canévet, « *Sauf risque spécifique, il n'est pas possible d'interdire aux camping-cars ce qui est autorisé aux voitures* ».

* Publiée dans le JO Sénat du 17/07/2025 – page 4193.

« Sauf risque spécifique, il n'est pas possible d'interdire aux camping-cars ce qui est autorisé aux voitures. »

Michel Canévet, sénateur.

ANNIVERSAIRE RAPIDO FÊTE SES 65 ANS

La saga Rapido, c'est l'une des plus belles histoires industrielles du département de la Mayenne. Tout commence à la fin des années 1950 quand Constant Rousseau, ébéniste de métier, conçoit une première caravane pliante en bois. Primé au Concours Lépine, le modèle déjà baptisé Rapido sera le premier d'une très longue série. Pendant plus de 20 ans, la caravane pliante constitue l'essentiel de l'activité. L'arrivée du camping-car en 1983, avec le Randonneur 410 sur Renault Trafic, marque un virage décisif. À partir de 1993, Rapido devient un groupe en intégrant ou créant au fil des ans plus de dix marques de camping-cars mais qui s'est lancé dans la fabrication de résidences mobiles. Avec 23 000 véhicules fabriqués par an et plus de 2 000 collaborateurs répartis dans cinq pays, le groupe Rapido compte parmi les piliers du secteur en Europe.



LES ENTREPRISES FRANÇAISES

Dans un marché européen de 221 000 véhicules de loisirs (VDL) en 2024, hors mobil-homes, les industriels français fabriquent plus de 100 000 camping-cars, vans, fourgons et caravanes. Trigano, Rapido et Pilote, les trois constructeurs français de VDL, performant sur le marché français et européen.

Avec une trentaine de sites industriels répartis dans l'Hexagone et une petite vingtaine à l'étranger (Espagne, Grande-Bretagne, Allemagne, Italie, Slovénie), les trois groupes français ont une importance majeure dans la fabrication des véhicules de loisirs et possèdent une dimension européenne. Ces trois groupes ont des usines dans des zones rurales, et sont souvent les plus gros employeurs de leur ville, ou même de leur canton. Ces industriels font également vivre des entreprises locales, proches de leurs sites. Le groupe Trigano comprend 27 marques de camping-cars, cinq de caravanes et six de mobil-homes

depuis la reprise des activités de Bio Habitat (groupe Beneteau), employant ainsi 10 650 collaborateurs.

Le groupe Pilote, basé principalement en Loire-Atlantique a trois usines de productions, pour sept marques de camping-cars et 7 000 véhicules par an. Deux usines sont en France (Loire-Atlantique et Maine-et-Loire). Une est située en Allemagne pour les véhicules Frankia.

Le groupe Rapido, dont le siège se trouve en Mayenne, dispose de 11 sites de production, pour 13 marques de camping-cars et vans. Il produit également des mobil-homes dans le Lot-et-Garonne et dans le Nord, à Cambrais. Rapido a également des usines en Italie, en Allemagne, en

Angleterre, mais également un site de production au Canada pour sa marque Roadtrek.

Enfin, le groupe allemand Erwin Hymer dispose depuis plus de 60 ans d'une usine française en Alsace où sont produits des vans aménagés. Des spécialistes de la résidence mobile sont également présents en France. Ainsi Sunshine Habitat (Groupe Finadorm) a quatre sites de production, en Bretagne, en Aveyron et en Ariège, au plus près de leurs clients les gestionnaires de campings. C'est également le cas de Mobil-Home Rideau, dont l'usine est située en Vendée, et qui sort plus de 4 000 mobil-homes par an.

● GROUPE TRIGANO

- Fondé en 1935
- 55 400 camping-cars ; 10 200 caravanes ; 4 000 mobil-homes
- 27 marques de camping-cars, vans et fourgons ; 5 marques de caravanes et 6 marques de mobil-homes ; plusieurs marques de remorques ; accessoires pour collectivités

PRINCIPAUX SITES DE PRODUCTION

Camping-cars et caravanes ; remorques et accessoires

Tournon (07, France)
Sablé-sur-Sarthe (72, France)
Quintin (22, France)
Saint-Brandan (22, France)
Panissière (42, France)
Brantôme (24, France)
La Roche de Glun (26, France)
Lamastre (07, France)
Mamers (72, France)
Tavers (45, France)
Brinon-sur-Sauldre (18)
Reuilly (36)
Secdin (59, France)
Pulnoy (54, France)
Fourmies (59, France)
Cormenon (41, France)
Laval (53, France)
Bonchamp-lès-Laval (53, France)

Hors France :
Peníscola (Espagne)
Poggibonsi (Italie)
San Gimignano (Italie)
Paglieta (Italie)
Montone (Italie)
Novo Mesto (Slovénie)
Sprendlingen (Allemagne)
Grimsby (Grande-Bretagne)
Willersey (Grande-Bretagne)

Mobil-homes

IRM, O'Hara & Coco
Sweat (ex-Bio Habitat)
Résidences Trigano
Mamers (72, France)
Portes-lès-Valence (26, France)
La Chaize-le-Vicomte (85, France)
Givrand (85, France)
Luçon (85, France)
Lézignan-Corbières (11, France)
Beaucaire (30, France)
Lesquin (59, France)
Saint-Germain-de-Prinçay (85, France)
Montaigu-Vendée (85, France)
En Europe :
Bologne (Italie)
Peníscola (Espagne)

▲ GROUPE RAPIDO

- Fondé en 1948
- 23 000 VDL par an
- 13 marques de camping-cars, vans et fourgons
- 1 marque de mobil-home

PRINCIPAUX SITES DE PRODUCTION

Camping-cars et caravanes

Mayenne (53, France)
Auxerre (89, France)
Benet (85, France)

Mobil-homes

Mayenne (53, France)
Fauillet (47, France)
Cambrais (59, France)

Hors France

Rheda-Wiedenbrück (Allemagne)
Gotha (Allemagne)
Colle di Val d'Elsa Belvedere (Italie)
Colle di Val d'Elsa, Pian dell'Olmio (Italie)
Elland (Angleterre)
Kitchener (Ontario, Canada)

■ GROUPE PILOTE

- Fondé en 1962
- 7 000 VDL par an
- 7 marques de camping-cars, vans et fourgons

PRINCIPAUX SITES DE PRODUCTION

Camping-cars et caravanes

La Limouzinière (44, France)
La Membrolle-sur-Longuenée (49, France)
Saint-Herblain (44, France)

Hors France

Marktschorgast (Allemagne)

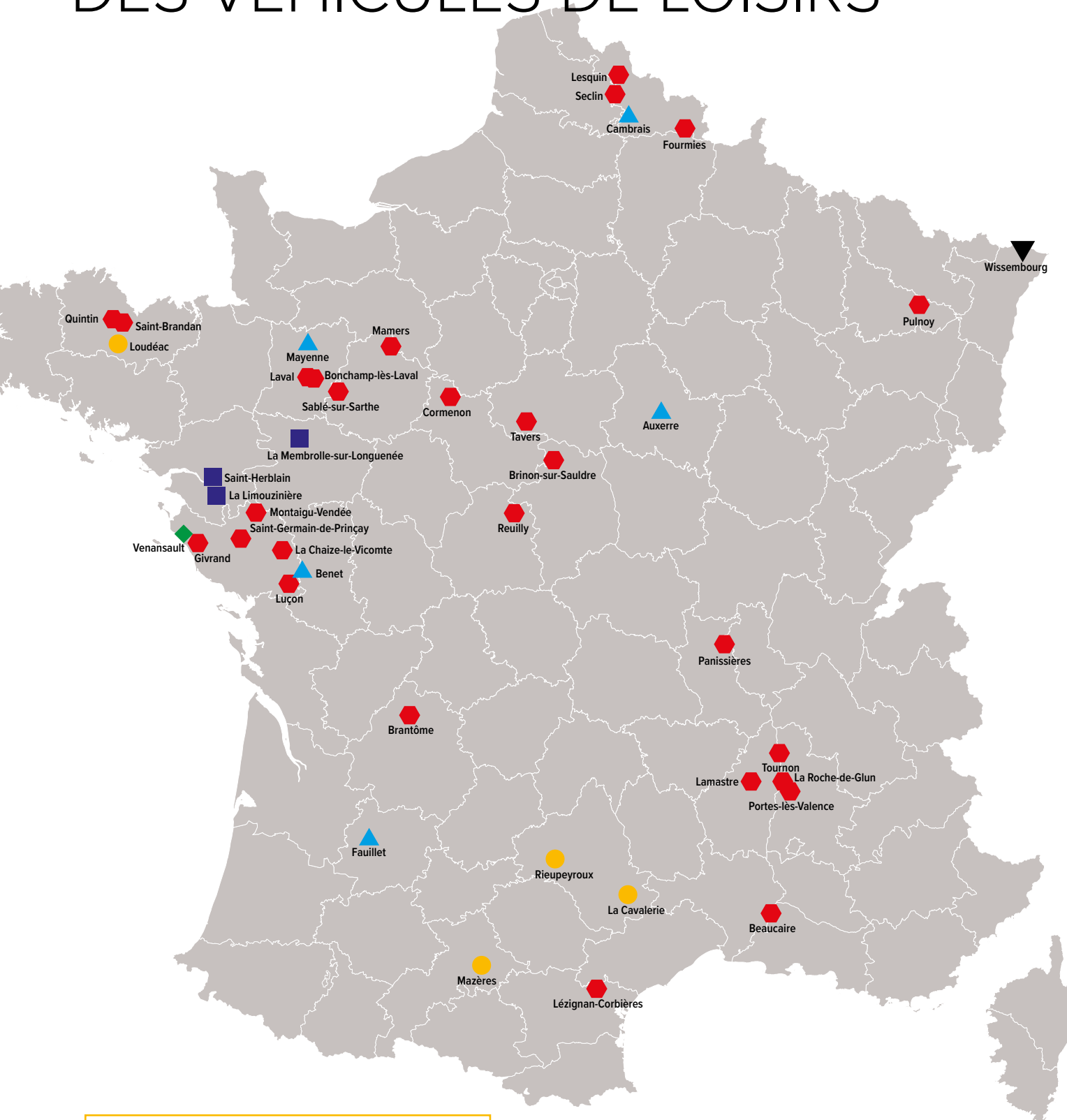
▼ BÜRSTNER

- Filiale du groupe Hymer
- Existe depuis 1958
- 1 site de production en France

SITE DE PRODUCTION (en France)

(67, France) Vans Copa

DES VÉHICULES DE LOISIRS



● SUNSHINE HABITAT (GROUPE FINADORM)

(Louisiane, Chalets Fabre, Lodges CIAT, Sunshine Outdoor)

- Fondé en 2018
- 4 500 mobil-homes par an
- 11 sites de production
- 4 marques de résidences mobiles

PRINCIPAUX SITES DE PRODUCTION

Louisiane

Loudéac (22, France)
La Cavalerie (12, France)

Lodge CIAT

Mazières (09, France)

Chalet Fabre/Sunshine Outdoor

Rieupeyroux (12, France)

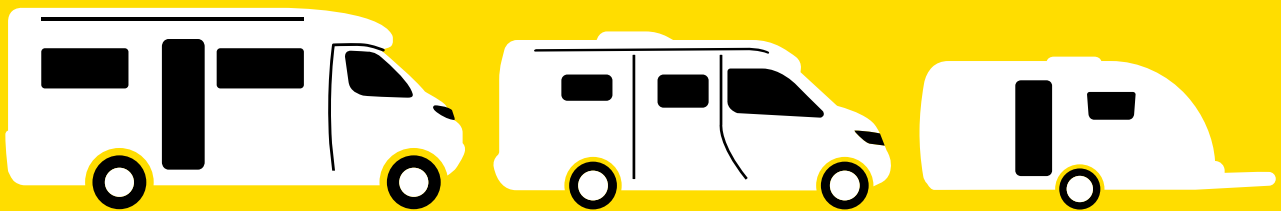
◆ GROUPE RIDEAU

- Fondé en 1998
- 3 sites de production (regroupés)
- 4 100 mobil-homes par an
- 1 marque de mobil-homes : Mobil-Home Rideau

SITE DE PRODUCTION

Venansault (85, France)

59^e SALON DES VEHICULES DE LOISIRS



► CAMPING-CARS ► VANS ► FOURGONS AMÉNAGÉS ► CARAVANES ► ACCESSOIRES

DATES

27 | **05**
SEPT | OCT

RETOUR AU

PARC DES EXPOSITIONS
PARIS | LE BOURGET

La plus grande vitrine de France.

L'occasion unique de voir et de tester sur route les modèles
de très nombreuses marques européennes.



Plus d'informations
sur
salonvdl.com